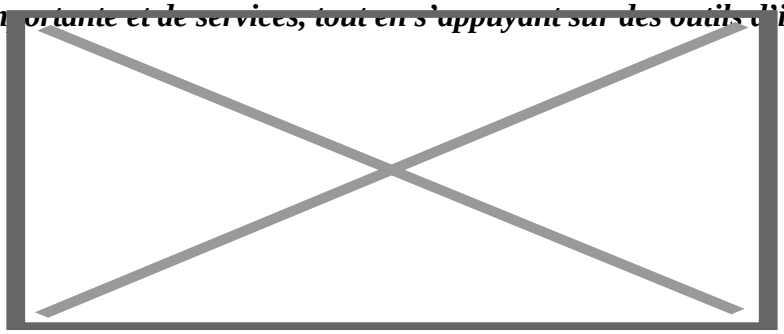
Reportages point de vente - juillet 2013

Poisson Saint-Eloi - Saint-Maur-des-Fossés 94

Accueil / BBI / Distribution / Socoda

L'esprit de la maison

Les Établissements Poisson Saint-Eloi fêteront leurs 70 ans l'an prochain. Implantée à Saint-Maur-des-Fossés dans le Val de Marne, l'entreprise familiale, qui fait partie du réseau Socoda, se différencie aujourd'hui sur un marché très concurrentiel par son caractère traditionnel assorti d'une largeur d'offre importante et de services, tout en s'appuyant sur des outils d'information modernes.



Depuis bientôt 70 ans, les Établissements Poisson sont une figure du marché de la quincaillerie, à Saint-Maur-des-Fossés dans le Val de Marne. C'est même la plus ancienne enseigne locale. « *Des cinq quincailleries existant autrefois à Saint-Maur, nous sommes la dernière grâce à notre positionnement sur une cible de clients professionnels* » explique Christophe Poisson, qui a repris les rênes de l'entreprise familiale en 2001. L'entrepreneur est ainsi la troisième génération à la tête de la société fondée par son grand-père, Robert. « *Je travaillais dans l'entreprise depuis dix ans. Je n'avais pas envie qu'elle ferme ses portes* ».

Un ancrage professionnel

Fils d'un quincailler du Faubourg Saint-Antoine à Paris, Robert Poisson s'installe à Saint-Maur avec sa femme Gilberte en 1944 lorsqu'il rachète la Maison Mazéran pour créer la quincaillerie Saint-Eloi. Saint-Eloi, un clin d'œil à la quincaillerie paternelle « A Saint Eloi », qui portait le nom du patron des forgerons et des orfèvres. 70 ans plus tard, l'entreprise n'a pas rompu avec ses racines. Le nom de Saint-Eloi a juste été devancé par celui de Poisson.

Les fils du fondateur, Bernard, Claude et Guy, père de Christophe, rejoignent au fil des ans la société. En 1967, en complément de la quincaillerie professionnelle, Bernard ouvre un magasin de bricolage à l'enseigne Catena, implanté à deux pas du premier. Néanmoins, en 1997, avec la montée en puissance des grandes surfaces de bricolage en Ile-de-France, la famille décide d'arrêter l'activité grand public. C'est alors qu'elle adhère au groupement Socoda marquant sa volonté de se recentrer sur l'univers professionnel.

L'entreprise a toutefois préservé une activité électroménager grand public pour répondre aux besoins de la clientèle locale. Même si Saint-Maur se situe à deux pas de la métropole parisienne, cette petite ville des bords de Marne est en effet entourée d'eau, sorte de frontière symbolique pas toujours aisément franchissable d'autant qu'elle est souvent synonyme d'embouteillages lorsqu'il s'agit de traverser sur les ponts. Pour répondre aux besoins de sa clientèle historique, Christophe Poisson propose donc cette offre à la contremarque, en s'appuyant sur la centrale d'achats Pulsat.

Les grands comptes, activité historique

Aujourd'hui, le grand public représente environ 7% de son chiffre d'affaires (un peu moins de trois millions d'euros au total), incluant non seulement l'électroménager mais aussi des produits et du matériel pour le jardin, avec notamment une offre importante en tondeuses assortie d'un atelier de réparation. Si, après guerre, la rue Garibaldi où est toujours implanté l'établissement se situait au cœur d'une zone d'activité commerciale, aujourd'hui les entreprises ont pour la plupart disparu au profit de maisons individuelles. « *Mais notre activité principale, c'est avant tout l'outillage à main et électroportatif professionnels ainsi que les EPI* » souligne Christophe Poisson. « *Nous ne fermons pas la porte au grand public. Mais il ne trouvera pas chez nous de perceuses à quinze euros. Nous restons dans un référencement d'outillages professionnels avec des grandes marques telles Bosch, Dewalt, Festool, Facom...* ». 10% du chiffre d'affaires est réalisé avec des artisans au comptant, la grande majorité reposant donc sur les clients en compte et sur les grands comptes.
L'activité grands comptes a d'ailleurs toujours été travaillée par le distributeur qui s'appuie aujourd'hui sur quelques beaux fleurons gérés directement par Christophe Poisson et son directeur commercial : la Cité des Sciences et de l'Industrie, l'Université Paris 12 Val de Marne, l'Établissement français de sang ou encore le Service historique de la Défense situé dans le Château de Vincennes. « *Les ateliers de maintenance du Château de Vincennes ont des problématiques très spécifiques. Il s'agit de trouver de quoi traverser des murs énormes avec du gravier au milieu. Nous avons cette démarche de dénicher l'introuvable ». Dans le portefeuille figure également Ikea traité au niveau national. « Nous travaillons en collaboration étroite avec les acheteurs afin de déterminer en amont tout ce dont les équipes ont besoin lorsque l'enseigne ouvre un magasin* ». Poisson Saint-Eloi travaille également avec des grands noms de l'industrie comme la SNCF, Valeo, Essilor, RTE, souvent pour leurs unités locales... « *Nous nous adressons aux grands qui ont besoin d'un contact local* ».

Tradition et modernité

Au-delà des grands comptes, les activités professionnelles et grand public sont aujourd'hui réunies au sein d'un seul point de vente, Christophe Poisson ayant racheté le bâtiment principal, celui de la quincaillerie d'origine, il y a deux ans. L'autre bâtiment, auparavant dédié au grand public est loué à une ressourcerie.

Implantée sur 4 000 m2, sur deux niveaux, la quincaillerie professionnelle Poisson Saint-Eloi a su préserver l'esprit de la quincaillerie d'antan même si elle s'appuie aujourd'hui sur des outils d'information modernes. Car, au départ, Christophe Poisson ne se voyait pas forcément en quincaillier. Informaticien de formation, il sut toutefois apporter ses compétences personnelles au développement de son entreprise. Tous les outils informatiques, qu'il s'agisse de la gestion commerciale et comptable, de l'EDI ou encore des systèmes de liaison avec les outils Socoda sont développés en interne. « *Quand un grand compte demande une extraction de catalogue, on est capable de la faire immédiatement* ».
Poisson Saint-Eloi s'appuie ainsi sur une base de données de plus de 500 000 articles, dont 20 000 en stock. « *Cette base de données informatique nous permet de faire des devis très rapidement. Il suffit de taper une référence pour avoir accès au catalogue du fournisseur, avoir le prix et les conditions commerciales.* »
Depuis six mois, l'entreprise complète les informations du descriptif produit. « *Nous pouvons donc imprimer des devis avec des fiches techniques. C'est de plus en plus apprécié par les clients* ». Cet outil servira bien entendu de base au prochain site marchand du point de vente, prévu fin 2013-début 2014. « *Dans tous les appels d'offre, la présence d'un site marchand devient de plus en plus importante. C'est aussi l'avenir de notre métier. Cela fait partie de l'accessibilité produits sur de nouveaux supports. Cela nous permettra de développer aussi une autre relation avec les clients. C'est un outil que l'on ne peut plus négliger* ».

Mais pas question pour Christophe Poisson de faire cavalier seul. Il est l'un des premiers à utiliser la base de données de Socoda. Ses fiches produits ont d'ailleurs été conçues sur le modèle de celles du groupement. « *Nous faisons du picking dans la base de données de Socoda pour les mises à jour tarif. C'est un gain de temps. Les informations sont déjà mises en forme. Cela m'a permis de supprimer un poste sur la partie tarif, un départ à la retraite que je n'ai pas remplacé* » explique-t-il. « *Lorsqu'on l'utilise, la base de données offre un super retour sur investissement ». Et s'il observe la moindre anomalie lors des mises à jour tarifaires*

annuelles, il n'hésite pas à remonter ses remarques à la centrale pour en faire bénéficier tout le monde. « Un groupement a besoin de cette mutualisation de compétences ».

Actions promotionnelles

La plupart des opérations de communication reposent ainsi sur les catalogues thématiques et les outils de marketing direct (mailing papier, e-mailing...) de Socoda qu'en expert de la question, Christophe Poisson sait particulièrement apprécier. « *L'offre des adhérents du groupement est très diverse. Il faut un outil informatique très avancé pour faire face à l'hétérogénéité du réseau en termes de métiers et d'offre* ».

Il puise donc dans les catalogues thématiques Expert pour mettre en œuvre, à raison de six par an, ses actions promotionnelles. « *Cela nous permet d'avoir une ressource de promotions sur une thématique produits et sur une période donnée. Chacun peut fabriquer un document promotionnel personnalisé à son nom, en ne s'occupant que de la sélection produits et des prix* ». Il participe également aux Journées Record, grande opération annuelle du réseau qui a lieu en septembre. « *Au sein de Socoda, nous avons poussé le fait d'avoir une opération annuelle forte, percutante, en complément des opérations Expert qui se déroulent toute l'année* ».

A ces animations, Christophe Poisson ajoute une opération maison via un mailing papier de dix pages, routé à l'ensemble des 2 000 clients en compte et mettant en avant des produits en stock. « *Grâce à la base de données, cette opération est rapide à mettre en place* ».

Puissance de stock

Il édite également tous les deux ans son propre catalogue, le Ceqib (Catalogue Entreprises Quincaillerie Industrie Bâtiment), un catalogue de 300 pages, également accessible en consultation en ligne. « *Ce catalogue reprend tout ce que nous avons en stock. A l'origine, il s'agissait seulement d'un feuillet promotionnel. C'est devenu notre outil de travail* ».
La puissance de stock constitue inévitablement la richesse de l'entreprise. « *Nous avons réduit notre surface de vente mais on a gardé notre stock, soit 1 à 1,2 million d'euros !* » L'entreprise s'appuie ainsi sur trois mois de stock. « *C'est difficile de réduire. Plus on stocke, plus on vend. Bien sûr, cela met la trésorerie sous tension. mais les clients aujourd'hui veulent tout, tout de suite. Sinon, ils vont voir ailleurs !* » explique Christophe Poisson. « *Notre gamme est large, comprend beaucoup de références... Entre les articles qu'il faut avoir même si on en vend qu'une fois par an et ceux qui tournent vite mais sur lesquels il faut s'engager sur des volumes importants, la gestion des stocks est complexe... Je préfère donc une rotation régulière avec des fournisseurs sur des petites rotations de marchandises plutôt que des francos à 1 000 euros !* ».

Approvisionnement sur plate-forme logistique

Christophe Poisson n'hésite pas à recourir aux compétences d'autres adhérents du réseau, pour du dépannage produit mais aussi pour s'appuyer sur leurs savoir-faire spécifiques. « *Mon taux de suivi au référencement Socoda est d'environ 65%. Et hors référencement Outils Pro, nous nous dépannons entre adhérents d'autres branches, en fer, électricité, décoration notamment. Cela nous permet d'aller chercher des compétences et des volumes que nous n'aurions pas tout seul* ».

Il a été également l'un des premiers adhérents Socoda à s'approvisionner sur la plate-forme Hex Appro de Cofaq, dans le cadre du partenariat Addok entre les deux groupements. L'indépendant a en effet fait partie des volontaires qui ont testé la démarche avant qu'elle soit généralisée en 2012 à l'ensemble du groupe. « *Nous sommes sans doute l'adhérent Socoda qui réalise le chiffre d'affaires le plus important chez Hex Appro ! Cette plate-forme nous sert dès que nous avons un besoin urgent. Elle nous permet de nous dépanner lorsque nous n'atteignons pas le franco chez le fournisseur et sur des opérations promotionnelles, elle nous*

évite de stocker dix pièces de produits d'un coup ». Les produits à marque propre de Groupe Socoda sont également stockés sur la plate-forme.

Une offre généraliste différenciante

En interne, les achats sont gérés par les hommes produits, chapeautés évidemment par Christophe Poisson. Au total, le point de vente emploie plus de quinze personnes, dont les commerciaux itinérants. « *Nous sommes tous généralistes. Mais certains ont des secteurs privilégiés du fait de leurs centres d'intérêt personnels. Nous avons tous dans l'entreprise nos spécificités, nos domaines de compétences. A partir du moment où on a une personne dans le magasin qui s'intéresse au produit, c'est une famille qui se développe* » explique le dirigeant, lui-même en charge des travaux en hauteur, technique qu'il connait bien du fait de sa pratique de la montagne, et l'électricité. Labellisé Expert EPI Socoda, le point de vente a également développé les équipements de protection individuelles, avec une offre complète réunie dans un espace dédié, situé à l'entrée du magasin.

Et pour être pertinent en termes de prix même sur des marchés qui ne sont pas sa valeur ajoutée d'origine, Christophe Poisson sait s'appuyer, comme il l'a fait en électroménager avec Pulsat, sur des centrales d'achat spécifiques : c'est le cas avec une centrale alimentaire en ce qui concerne les produits d'entretien. De même, il développe depuis quatre ans l'offre manutention-rayonnage à travers le catalogue de D Direct. « *D Direct a une compétence en manutention que nous n'avons pas* ».

Finalement, face à une concurrence importante, représentée notamment dans les grandes enseignes intégrées, la quincaillerie Poisson Saint-Eloi a réussi à faire de son offre généraliste alliée à un savoir-faire de spécialiste un outil de différenciation dans sa zone de chalandise. « *Nous apportons une offre complète, des services, un soutien technique et pas seulement un prix. C'est ça aussi l'esprit de la maison !* »

Agnès Richard